Deutscher Bundestag **Drucksache 16/7713**

16. Wahlperiode 10. 01. 2008

Kleine Anfrage

**der Abgeordneten Ulla Lötzer, Hans-Kurt Hill, Dr. Barbara Höll
und der Fraktion DIE LINKE.**

Förderung der Initiative EnergieEffizienz durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

Die Deutsche Energieagentur GmbH (dena) ist zu 50 Prozent im Besitz der Bundesrepublik Deutschland, vertreten durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi), das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) und das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) und zu 50 Prozent der KfW Bankengruppe. Im Jahr 2002 hat die Deutsche Energieagentur GmbH (dena) die bundesweite Kampagne „Effiziente Stromnutzung in privaten Haushalten" unter dem Markennamen Initiative EnergieEffizienz gestartet. Sie wird getragen von der Deutschen Energieagentur GmbH (dena) sowie den vier großen Energiekonzernen EnBW Energie Baden-Württemberg AG, E.ON AG, RWE AG und Vattenfall Europe AG und wird gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi). Auf allen Publikationen der Initiative EnergieEffizienz sind die Logos der vier großen Energiekonzerne, der dena und des BMWi gleichberechtigt und gut sichtbar abgebildet. Unter anderem werden Postkarten verteilt mit der Aufschrift „Bleib mir treu!"

Wir fragen die Bundesregierung:

1. In welcher Höhe fördert das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie die Initiative EnergieEffizienz seit dessen Start pro Jahr?
2. In welcher Höhe finanziert sich die Deutsche Energieagentur seit der Gründung der dena im Jahr 2000
   a) aus Mitteln des Bundes,
   b) aus Mitteln der KfW,
   c) aus Mitteln Dritter,

   (bitte angeben in Euro nach Jahren unter Nennung der Namen der Drittmittelgeber)?
3. Wie hoch ist der jeweilige finanzielle Beitrag der vier Energiekonzerne an der Initiative EnergieEffizienz und speziell an der Kampagne „Bleib mir treu!"?
4. Wurde vor der Kooperation mit den vier großen Energiekonzernen auch andere Kooperationspartner aus der Energiewirtschaft gesucht, wenn nein, warum nicht, wenn ja, woran ist die Kooperation gescheitert?

5. Wie begründet die Bundesregierung die Tatsache, dass mit der Initiative EnergieEffizienz eine positive Imagekampagne für die vier großen Energiekonzerne durch öffentliche Gelder gefördert wird?
6. Wie begründet die Bundesregierung die Tatsache, dass mit der Postkarte „Bleib mir treu!“ eine Aufforderung, Kunde oder Kundin bei einem der vier großen Energiekonzerne zu bleiben, mit öffentlichen Geldern gefördert wird?
7. Falls mit der Postkarte ein anderer Zweck, als der, Kunden oder Kundinnen zur „Treue“ bei einem der vier großen Energiekonzerne aufzurufen verfolgt wird, welcher soll das sein, und wie schätzt die Bundesregierung in diesem Fall die „Missverständlichkeit“ der Botschaft ein?
8. Welche Auswirkungen sieht die Bundesregierung von einer solchen öffentlich geförderten Werbung für die vier großen, marktmächtigen Energiekonzerne für den Wettbewerb auf dem Energiemarkt, und wie begründet sie ihre Haltung?

Berlin, den 8. Januar 2008

Dr. Gregor Gysi, Oskar Lafontaine und Fraktion

Gesamtherstellung: H. Heenemann GmbH & Co., Buch- und Offsetdruckerei, Bessemerstraße 83–91, 12103 Berlin
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Amsterdamer Str. 192, 50735 Köln, Telefon (02 21) 97 66 83 40, Telefax (02 21) 97 66 83 44
ISSN 0722-8333